

构建可信可爱可敬中国形象的话语分析——以CGTN西语频道对进博会报道内容为例

李晨洋

(青岛大学, 山东省青岛市, 266071; 735905678@qq.com)

摘要: 本文选取CGTN西语频道2022至2024年进博会期间的相关报道、构建语料库, 从Fairclough三维话语分析的视角出发, 结合语料库辅助和新闻话语分析的方法, 探究外宣新闻中构建“可信、可爱、可敬”的中国形象的话语策略。研究发现, 报道通过高频词及其共现、数据修辞、互文等话语策略, 结合社会因素, 系统建构了这一国家形象。具体而言, 报道以政策连续性与市场实效性为支撑, 构建了“可信”的中国形象; 以文化共情与机遇共享为纽带, 呈现出“可爱”的中国形象; 以全球治理中的责任担当与智慧贡献为核心, 展现出“可敬”的中国形象, 从而真实、立体、全面地向西语世界传递了中国作为负责任大国的国家形象。

关键词: 进博会; 国家形象建构; 话语分析; 语料库辅助研究; CGTN西语频道

引言

党的二十大报告明确提出: “加快构建中国话语和中国叙事体系, 讲好中国故事、传播好中国声音, 展现可信、可爱、可敬的中国形象”。在当前逆全球化思潮涌动与“全球南方”力量崛起的双重背景下, 如何有效构建并传播这一国家形象, 已成为中国国际传播能力建设的一项紧迫课题。中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)作为推动高水平对外开放的核心平台, 不仅是经贸合作的桥梁, 更成为中国开展国际表达、参与全球治理的战略窗口。在这一进程中, 外宣媒体承担着政策传播、跨文化沟通与国家形象塑造的关键角色。

现有关于进博会与国家形象建构的研究多集中于英语国际传播语境, 或侧重于其他维度形象的探讨, 而从话语分析角度出发, 尤其是基于语料库方法考察西班牙语国际传播的研究仍显不足, 针对“可信、可爱、可敬”的中国形象在西语中的话语建构机制尚未深入展开。根据塞万提斯学院《2024世界西班牙语年鉴》, 全球西班牙语使用人数已突破6亿, 其中母语者近5亿, 且多数西语国家属于“全球南方”重要组成部分, 是中国构建人类命运共同体、深化南南合作的重点对象。因此, 探究中国国际电视台西语频道(以下简称“CGTN西语频道”)如何通过话语策略塑造“可信、可爱、可敬”的中国形象, 具有显著的理论价值与现实意义。

本研究基于Fairclough三维话语分析框架, 结合语料库辅助研究方法, 考察CGTN西语频道2022年至2024年进博会期间相关报道, 从语篇分析、话语实践分析和社会实践分析三个维度探究构建“可信、可爱、可敬”的中国形象的话语策略。研究旨在揭示报道如何融通中国价值与国际传播, 从而为增强中国国际话语权、优化西语外宣话语体系提供实证参考。

1. 理论框架与研究设计

1.1. 理论背景

1.1.1. Fairclough三维模型

Fairclough认为任何话语都具有三个维度: 语篇、话语实践和社会实践三个层面。在对语篇进行分析时, 要重视对词汇选取等的充分描述, 因为这些对探究语篇背后的意识形态是必不可少的[1]; 在对话语实践进行分析时, 侧重分析文本和话语实践之间的关系, 即文本如何生产、传播和接受; 在对社会实践进行分析时, 旨在阐释影响话语或文本产生的社会实践因素或社会文化因素, 也就是说在社会实践层面的分析上升到对话语或文本背后的意识形态的分析[2]。本文中, 自建语料库提供了语篇基础, 新闻文本中的大量案例、可靠信

息来源可用于话语实践分析,最后,进博会是在中国对外开放背景下进行的大型外交活动,外宣新闻对其报道的过程中,具有一定塑造中国国家形象的形态意识。基于以上三点得出结论,本研究可以使用Fairclough三维模型分析报道如何完成对“可信、可爱、可敬”的中国形象的塑造。

1.1.2. 新闻话语分析

新闻话语分析(news discourse analysis)关注新闻话语的结构和意义,用于研究新闻报道的语言特点、隐含意义及其对社会和政治现象的影响[3]。语言学家van Dijk在新闻文本分析领域提出了“话语—社会—认知”的框架,帮助理解新闻语篇的交际模式[4]。话语蕴含着说话人的立场,且无处不在。外宣新闻构成国家话语的一部分,是传播国家形象和提升国际话语权的重要途径[5]。新闻话语具有隐性力量并体现权力所有者的系统性倾向,然而单个文本的呈现是微不足道的[6],这便要求新闻话语分析的语料库转向,将定量的语料库语言学分析方法和定性的话语分析方法有机结合起来[7]。

1.2. 研究设计

1.2.1. 研究问题

本研究旨在回答以下三个问题:(1)文本层面,语料库中对进博会报道的相关语言怎样构建“可信、可爱、可敬”的中国形象?(2)话语实践层面,相关报道语料库中话语模式与信息来源怎样进行上述中国形象的建构?(3)社会实践层面,有哪些社会文化动因或宏观背景因素促使国家借助进博会西语报道积极塑造这一中国形象?

1.2.2. 语料库建立

本研究融合语料库辅助与新闻话语分析方法,结合定量与定性研究,首先立足文本,继而依托数据进行客观、科学的语境化分析以探究语言模式与关系,进而剖析其在语言表征与意识形态层面的深层含义[8]。

基于上述方法,本研究收集CGTN西语频道在2022年至2024年进博会期间(11月5日至11月10日)的新闻报道为研究文本材料。通过八爪鱼采集工具,以标题“Exposición Internacional de Importaciones de China(CIIE)、Expo Internacional de Importaciones de China、la Exposición de Importaciones de China、Exposición de Importaciones de Shanghai、la Exposición Internacional de Importaciones、La exposición”分别为条件进行抓取,共获取相关报道330篇。经人工清洗,剔除重复、无关文本后,获得有效报道87篇,据此构建进博会新闻语料库。所建语料库形符数20719,类符数3511,每年样本量分布均衡(2022年32篇、2023年30篇、2024年25篇),具备历时可比性与稳定性。

1.2.3. 研究工具与研究过程

本研究将语料库辅助语篇分析研究工具、LDA主题模型与Fairclough三维分析框架和新闻话语分析方法相结合,涵盖语料库构建、语篇分析、话语实践分析和社会实践分析四个部分(见图1)。语篇分析以新闻话语分析为理论指导,从宏观结构(话题分布)和微观结构(高频词、修辞等)解析语义内涵[9]。话语实践分析基于新闻文本的话语特征和语言元功能[10],研究使用者如何运用这些语言资源,实施报道话语策略,对“可信、可爱、可敬”的中国形象进行呈现。社会实践分析则深入揭示话语背后的意识形态与价值观,更深层次的剖析对外传播中的话语体系建构。

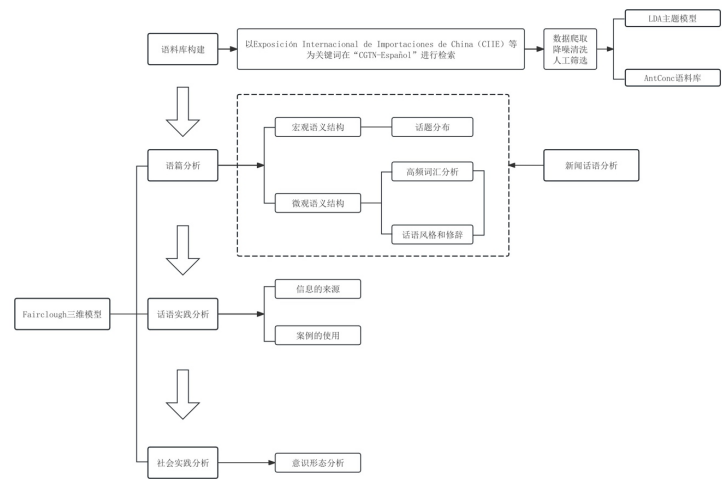


图1 基于语料库辅助和Fairclough三维模型的新闻话语分析框架

2. 研究结果与分析

2.1. 相关新闻报道的文本分析

2.1.1. 基于话题分布的国家形象建构

宏观语义层面中，主题结构指文本话语的主要内容和要点，是信息结构中的最高层次成分。本文借助LDA主题模型识别代表性词汇并归纳典型话题，进而从文本组织方式出发，解析报道中“可信、可爱、可敬”的中国形象的建构路径。表1显示了这些代表性词汇和典型话题，作为语料库文本的主题结构，按显著度递减顺序排列。

表1 进博会相关报道语料库话题列表

序列	话题	主要展现形象	词汇示例
1	拉美农产品贸易与合作	可信	Uruguay, argentina, nicaragua, hispanohablantes, participantes, cerezas, res, carne, café, chocolate, fruta, alimentos
2	国际文化交流与全球化	可敬	mundo, multinacionales, globalización, internacional, mundial, cultural, tradiciones, apertura, feria, libre, iniciativa, alianza
3	全球商业与投资机遇	可信	negocios, comercio, globales, inversores, empresas, expositores, acuerdos, oportunidades, innovadores, dólares, productos, exposición
4	国际峰会与多边合作	可敬	sesión, cumbre, reunión, foro, delegados, ministro, Xi, organizaciones, socio, cooperación, plataforma
5	科技创新与绿色经济	可敬	tecnología, ciencia, inteligente, innovación, carbono, verde, crecimiento, avance, desarrollo, energía, fotovoltaicos
6	可持续发展与气候政策	可敬	sostenible, ecológico, biológicos, emisiones, reducir, protección, neutralidad, ambiental

可信的中国形象，意味着中国作为新型大国的能力、实力、诚意能被世界认可 [11]。本研究主题模型结果显示，“拉美农产品贸易与合作”与“全球商业与投资机遇”主题通过突出在进博会中，拉美国家、全球企业及参展商在农产品和商业贸易等领域的广泛、深度合作，切实展现了中国市场与平台对国际社会的强大吸引力。结合当前相关政策，主题突出了我国改革开放政策在新时代的有效实施和持续深化，证明中国具备深厚的政治根基和将国家承诺转化为切实行动的制度执行能力。从“中国是可信的合作伙伴”和“中国是可信的国家”两个维度，塑造出中国在全球视野中的可信形象。

可敬的中国形象，“则强调从中国经济水平、科技实力、国家品格和国际责任感等更深层次、更广领域，深化海外受众对中国的理解” [12]。在主题模型中，可以概括为“全球化、多边合作、科技创新、可持续发展”四个方面，如：

例（1）

el alto funcionario expresó su esperanza de que los empresarios chinos y extranjeros sigan apoyando firmemente la globalización económica, trabajen juntos para promover el avance tecnológico y la modernización industrial y fomenten nuevos motores de crecimiento para la economía mundial.

该句前部分通过动词*seguir*（持续）和副词*firmemente*（坚定地）精准表明了中方对经济全球化一贯且明确支持的立场，后部分通过具体列举中外企业一道推动技术进步、工业现代化、培育世界经济新增长点的具体行动，彰显中国在多个领域通过多方合作对全球发展的实质性贡献，这种致力于共同发展的责任感，构建出中国值得受到尊敬的形象。

除此之外，进博会产品的低碳排放（*con bajas emisiones de carbono*）、在进博会中展示全球可持续发展领域的先锋企业（*pioneros mundiales en sostenibilidad*）等，通过展现参展产品和企业实行的绿色经济属性，说明中国积极推动可持续发展产业，努力践行人与自然和谐共生的理念，共同应对全球性环境挑战。这种致力于全球生态治理的大国担当，最终勾勒出可敬的中国形象。

2.1.2. 基于高频词汇的国家形象建构

词作为一篇文章中最小的语义单位，它的某些波动与社会现象有着密切联系。因此，一些社会现象是可以利用词频进行分析、预测的 [13]。在话语评价体系中，情感与评价则常借助形容词、名词等词汇资源实现 [14]。在此理论基础上，本研究结合语境分析与共现频率统计，通过对报道中前二十个高频名词与形容词进行分析，研究其如何通过词汇选择建构“可信、可爱、可敬”的中国形象。

表2 报道中前二十个高频名词和形容词及其词频

序号	词汇	词频	序号	词汇	词频
1	país	155	11	mundial	55
2	producto	127	12	comercial	54
3	chino	120	13	internacional	51
4	año	119	14	edición	50
5	nuevo	93	15	desarrollo	49
6	mercado	85	16	exposición	49
7	empresa	83	17	mundo	49
8	oportunidad	67	18	evento	45
9	apertura	64	19	plataforma	45
10	primero	60	20	expositor	43

基于上述高频词汇表，本研究结合具体语境与共现进行深入分析，发现报道通过一系列相互关联的高频词，共同建构了一个“可信、可爱、可敬”的中国形象：

2.1.2.1. 用表示稳定与实效的词汇，展现“可信”的中国形象

可信形象的核心在于值得信赖，其基础是行为的可预期性、承诺的兑现能力以及由此建立的公信力。本研究的高频词分析表明，报道通过强调中国对外开放政策的稳定性与进博会的实效性，成功建构了“可信”的中国形象。

首先，*país*与*año*、*edición*表明了政策稳定性。*país*常以“152 países y regiones”的固定搭配高频出现，其本身即是中国成功主办超大型国际盛会、具备卓越组织能力与全球号召力的有力证明。而*año*与*edición*则从时间维度强化了这种可信度，诸如“en los últimos cinco años”、“la sexta edición”等表述，强有力地印证了中国对外开放政策并非短期策略，而是一项持之以恒、恪守不渝的国家承诺。这种政策的连贯性与可预期性，是“可信”大国形象最坚实的基石。

其次，名词*empresa*与*expositor*则从国际商业实体的角度，为中国的“可信”提供了最具说服力的第三方验证。共现显示，“297 empresas de Fortune Global 500”和“3.496 expositores”的持续参与，是全球资本对中国市场潜力和营商环境的信心。尤其是个体叙事中“expositores a inversores”的身份转变，更是对中国承诺兑现能力和商业可靠性的认可，极大地夯实了其公信力。

2.1.2.2. 用传递亲和与共鸣的词汇，展现“可爱”的中国形象

“可爱”形象侧重于温暖与亲和力，旨在引发喜爱与共鸣。分析发现，报道通过文化共情与人文交流的叙事来软化和温暖中国的国家形象。

形容词 *nuevo* 与名词 *producto* 的强共现关系，如 “*nuevos productos*”，将进博会塑造成一个充满创新与生活气息的“全球橱窗”。智利樱桃 “*cerezas chilenas*”、西班牙火腿 “*el jamón español*” 等具体商品的故事，充满了生活叙事和情感连接，超越了冰冷的贸易数据，激发了对美好生活的共同向往，从而赋予中国经济形象以浓厚的人情味与亲和力。

更重要的是，名词 *oportunidad* 的常与 *compartir*、*países en desarrollo* 等词汇共现。用分享机遇 “*compartir las oportunidades*” 来描述中国的行为，而非独享者。这种“达则兼济天下”的利他主义叙事，以及其对全球中小企业 “*pequeñas y medianas empresas*”、最不发达国家 “*países menos desarrollados*” 的特别关注，展现了中国开放包容、乐于助人的温暖姿态，极易引发国际社会的情感共鸣与好感，从而建构起其“可爱”的特质。

2.1.2.3. 用彰显格局与责任的词汇，展现“可敬”的中国形象

“可敬”形象意味着值得尊重，体现了责任感和道德价值。报道通过将中国定位为全球责任的承担者与未来发展的引领者，成功地建构了其“可敬”的大国形象。

mundo、*mundial*、*internacional* 将中国的发展与全球格局紧密相连。在报道中，中国被定义为 “*motor de crecimiento a nivel mundial*”，其倡议的进博会被提升为 “*bien público internacional*”。这些话语在呈现中国在全球治理中所扮演角色的演变：即从其作为全球化进程的参与者，转向全球公共产品的系统性贡献者，并在复杂多变的国际环境中发挥建设性与稳定性作用，彰显了其超越民族利益、致力于人类共同福祉的道德高度与责任感，从而为其“可敬”的大国形象奠定了坚实基础。

plataforma 与 *desarrollo* 则定义了中国的作用与愿景。*plataforma* 一词精准概括了进博会的功能——它不仅是商业平台，更是对话平台 “*plataforma de diálogo*”，体现了中国促进全球互联互通、文明交流互鉴的智慧。而 *desarrollo* 常与 “*verde*”、“*nuevo paradigma*” 等词共现，表明中国倡导的是一种高质量的、可持续的、面向未来的新发展模式。这种对全球性问题的深刻思考与方案提供，展现了中国作为全球治理引领者的远见卓识，赢得了世界的尊重。

综上所述，报道通过运用这二十个高频词汇，建构了一个立体的中国国家形象：它是一个以开放为核心理念，以进博会为实践载体，可信、可爱、可敬的负责任大国。其“可信”源于政策的稳定与商业的实效；其“可爱”在于文化的亲和与情感的共鸣；其“可敬”则在于格局的宏大与责任的担当。这些词汇相互关联、彼此印证，共同形成了一套完整而有力的话语体系，成功地将中国塑造为全球发展进程中一个不可或缺的、积极的、具有领导力的大国形象。

2.1.3. 基于风格与修辞的国家形象建构

在词汇层面的评价策略之外，风格与修辞同样是新闻话语建构国家形象的关键手段。数据作为一种重要的修辞资源，通过提升话语的客观性与可信度，在国家形象塑造中发挥着特殊作用。20世纪下半叶兴起的精确新闻理念进一步表明，数据的使用能够显著增强信息的理性色彩与说服力 [15]，因此，为塑造可信的国家形象奠定基础。但具体语境中，数据常与其他话语元素相结合，进而构建出可爱或可敬的国家形象。在本研究语料中，数词的出现频率达到总词次的1.90%，体现出数据修辞在CGTN进博会报道中的系统性运用。以下从可爱、可敬两个维度展开具体分析：

可爱的国家形象构建：

例

..., aproximadamente el 85 % de la producción de cerezas del país es exportada a China.

该句通过副词 *aproximadamente*（大约）与数据85%结合，严谨展现智利樱桃出口中国的比值大，又因其动宾搭配强调的是“智利出口”而不是“中国进口”，巧妙地将叙事主体置于外方，从而侧面烘托出中国市场和消费者对智利樱桃的自发需求大、对高品质生活的追求。这一表述说明中国不断满足人民日益增长的美好生活需要，把宏观发展成果转化为具象可感的生活品质。通过对“樱桃”这一类日常食物的叙事，成功将经贸数据提升至感性的认知层面，塑造出人民生活富足、充满烟火气息的可爱中国形象。

可敬的国家形象构建：

例

La exposición de este año ha proporcionado más de 120 stands gratuitos a 37 países menos desarrollados y ha ampliado la sección de productos africanos.

本句通过“120个免费展位”、“37个最不发达国家”具体数据，清晰呈现了进博会致力于推动普惠包容的经济全球化的务实举措，中国用实际行动为发展中国家提供平台和市场机遇。不仅在国家级层面，积极响应党的第二十届三中全会关于“扩大对最不发达国家单边开放”重大部署，同时也在全球层面，作为优等生、模范生主动践行联合国2030年可持续发展议程，展现出负责任的大国担当。进博会提供的不只是具体的展位，还有可持续的发展契机，体现了中国坚持共商共建共享全球治理观，成功构建可敬的中国形象。

例

3.496 expositores de 129 países y regiones participaron en la exposición, superando a las cifras registradas en la sesión anterior; un total de 186 empresas e instituciones han participado activamente en las siete ediciones de la Expo.

报道通过对进博会总结性数据的阐释,诸如“129个国家和地区”和“3496家参展商”,是对进博会广泛的国际参与度和显著规模的极好印证;同时,进一步以“186家企业及机构连续七届参与进博会”这一事实,侧面证明进博会作为加强国际贸易合作平台的持续性与稳定性,反映出参展商对中国所提供的高水平开放的标志性平台的高度信任。多项数据相互支撑,不仅表明进博会已成为广受国际社会欢迎的全球公共产品,从而证明中国是一个有实力、可信赖的国家,也折射出中国作为主办国所具备的强大组织能力、可靠的制度环境以及深厚的国际信誉。通过在事实数据中融入制度效能与国际合作认同,成功构建了中国作为可信赖合作伙伴、具备全球治理领导力的可敬国家形象。

综上,本研究认为,报道通过运用数据修辞,将可信的国家形象转化为可量化、可验证的具体指标,在构建可信形象时,数据发挥其客观性与精确性,为国家实力与承诺提供坚实佐证;在塑造可爱与可敬形象时,数据则与生活叙事、政策理念和国际责任相结合,拓展了国家形象的情感维度和价值深度。这种数据与叙事相结合的精确新闻叙事策略,既契合国际传播的专业规范,也有效实现了融情于理、融理于事的国家形象建构目标。

2.2. 相关新闻报道的话语实践分析

2.2.1. 基于信息来源的国家形象建构

Fairclough指出,文本是社会实践中话语实践的产物[16],“明确的互文性”体现为特定文本被明确地整合进另一文本之中[17]。在新闻语篇中,对话语来源的引用是互文性的重要表现,来源越权威,话语可信度越高。报道通过直接引语与间接转述等互文策略,引入了来自政府官员、国际组织代表及企业高管等多重权威声音,这些声音不仅有效提升了话语的可信度,也在夯实可信的国家形象的基础上,同步构建可爱、可敬的国家形象。

例

Iván Acosta Montalván, ministro de Hacienda y Crédito Público de Nicaragua, añadió que la EXPO de importación internacional de China Shanghai, la sexta que se va a realizar a nivel global, les abre un mar de oportunidades, las expectativas de los comerciantes, de los exportadores nicaragüenses; son grandes, es inmensa.

尼加拉瓜财政与公共信贷部部长伊万·阿科斯塔指出进博会为尼加拉瓜商家和出口商开启“机遇之海”,该表述规避了抽象数据的机械呈现,转而借助“海洋”这一意象,以广阔深邃的视觉隐喻唤起读者的感官联想,从而生动传达出中国所提供机遇的无限性与包容性。这一修辞策略不仅贴合“让中国新发展成为世界新机遇”的政策理念,更通过具像化的表达赋予中国形象以亲切感和情感温度,成功塑造出一个既具亲和力又充满机遇的可爱大国形象。

例

"Ha desempeñado un papel importante como plataforma principal para la contratación internacional, la promoción de la inversión, el intercambio cultural y la cooperación abierta, y se ha establecido como un bien público internacional para que el mundo lo comparta", dijo Li Qiang, primer ministro chino.

例句直接引用国务院总理李强在第六届进博会中的主旨演讲,明确表示进博会已成为国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的重要平台和世界共享的国际公共产品。首先,列举进博会“采购—投资—文化—合作”四位一体的平台功能,体现中国推动新型全球化的发展理念——不仅关注经贸往来,同样注重人文交流与互利共赢。其次,通过将进博会定位为“国际公共产品”,凸显中国超越国家利益局限、主动为全球治理体系提供公共产品与制度方案的大国担当;最终以“世界共享”为价值归宿,彰显中国追求共同发展、具有正确义利观的天下情怀。这种将具体实践升华为全球治理理念的表述方式,生动呈现了中国作为负责任大国所具有的国际主义精神和文明格局,成功塑造了兼具创新性、奉献性与引领性的可敬国家形象。

例

"Desde que se celebró la primera CIIE, la exposición ha sido un importante vínculo para la cooperación económica y comercial entre China e Indonesia. Las relaciones entre los dos países se ha convertido en un modelo de la cooperación mutuamente beneficiosa entre los países de la región. Esperamos que la expo desempeñe un papel activo y proporcione una plataforma de diálogo para promover el crecimiento y la recuperación de la economía mundial", dijo Joko Widodo, presidente de Indonesia.

通过对印尼历届总统佐科话语的直接引用,从“进博会已成为中印尼经贸合作的重要纽带”到“两国间互利合作已成为地区典范”再到“期望进博会为推动世界经济增长与复苏提供对话平台”三个层面,呈现出进博会在国家、区域再到全球维度上多层次的积极影响。这一互文性策略不仅借助权威信源增强了话语的可

信度，更通过印尼领导人的正面评价，突显中国在推动区域共赢、参与全球治理中所发挥的建设性作用，该表述潜移默化地促进了周边国家对中国合作共赢理念的认同，从而全面而有力地构建起中国在引领全球发展中可敬的国家形象。

例

La ministra de Turismo hondureña también reconoció el empuje que China le brinda a América Latina. Según ella, China les está apoyando como continente a nivel centroamericano.

洪都拉斯旅游部长明确肯定了中国对拉丁美洲发展的强劲推动力，并特别强调中国在中美洲地区层面给予的实质性支持。CGTN西语频道通过直接引述此类拉美地区高级别官员的正面评价，因其受众主要为西语国家民众，故此举有效提升了报道的贴近性和可信度，使拉美读者能更直观地感受到进博会等中国倡议如何切实惠及自身地区发展。这有助于在拉美读者心中塑造中国作为一个言出必行、乐于分享发展机遇、值得信赖的、可敬的中国形象。

通过对上述话语实践的分析可知，报道通过征引国内外政府官员等高权威度信息来源，借助直接引语与间接转述的互文策略，不仅有效提升了话语的可信度，更从情感共鸣、理念传递与价值认同三个维度，完整构建了中国作为可信赖的合作伙伴、具有亲和力的文明大国与有担当的全球引领者的国家形象体系，从而在跨文化传播语境中实现了可信、可爱、可敬大国形象的有机统一。

2.2.2. 基于实际案例的国家形象建构

“新闻报道的每一件事情都必须是真实存在的，但真实存在的每一件事情不是都值得报道的或都可以成为新闻的”[18]。CGTN对进博会的报道在案例遴选上呈现出明确的策略性，并非简单罗列事实，而是通过精心选择的实证元素系统建构中国的国家形象。

报道聚焦于欧莱雅（L'Oréal）、诺华中国（Novartis China）、辉瑞（Pfizer）等跨国行业巨头，以及智能机器人（robots inteligentes）、精密医疗器械（dispositivos médicos de precisión）及跨境电商（comercio electrónico transfronterizo）等高端创新展品，构建出“展会—展商—展品”的叙事框架。这一框架不仅全方位呈现了进博会作为国际创新合作平台的重要吸引力，更有顶尖企业的积极参与和前沿产品的集中展示，有力印证了中国市场的开放性与可靠性，凸显了创新驱动发展战略的实际成效，构建出实力可信、创新可敬的国家形象。

报道通过选取智利樱桃与李子（cerezas y ciruelas chilenas）、哥伦比亚巧克力（chocolate colombiano）、乌拉圭和阿根廷精品牛肉（ternera uruguay y argentina）等拉美地区高附加值农产品作为典型案例，将进博会参展品与与日常生活消费品紧密关联，从味觉与视觉等感官维度唤起读者的具身体验，有效激发对进博会的积极感知。该叙事方法不仅增强了报道的贴近性与感染力，也在受众认知中潜移默化地构建了一个开放包容、贴近民生的可爱中国形象。

除此之外，报道中频繁出现的宏观政策理念，如“一带一路”倡议（la Franja y la Ruta）、改革开放（reforma y apertura）、高水平开放政策（apertura de alto nivel）等，表明进博会的举办深度契合国家发展的战略方向。同时，在展品描述中大量使用如环保材料（materiales ecológicos）、绿色能源（energía verde）等与绿色经济相关的表述，突显进博会对可持续发展理念与绿色创新成果的平台展示作用，由此实施可持续发展理念。这两类话语共同指向中国在制度设计与发展实践中的前瞻性与责任感，系统构建出中国作为全球发展引领者和生态文明践行者的可敬国家形象。

综上所述，CGTN通过案例列举，构建出一个层次分明、相互印证的国家形象叙事体系。在可信维度，以跨国企业与高科技展品为证，凸显中国市场的可靠性与创新实力；在可爱维度，借拉美农产品等生活化案例激发情感共鸣，塑造中国的亲和力与包容性；在可敬维度，则通过政策理念与绿色经济表述，彰显中国在全球治理与可持续发展中的责任与引领力。这种多维度、立体化的案例运用策略，成功将进博会这一经贸实践升华为国家形象的生动表征，最终完整、有力地塑造出中国“可信、可爱、可敬”的大国形象。

2.3. 相关报道的社会实践分析

在Fairclough三维分析模型中，“社会实践”维度强调将话语置于广阔的社会文化结构与权力关系中进行批判性考察，以揭示其背后的意识形态功能与社会建构意图。本研究分析表明，CGTN对进博会的报道远非中立的信息传递，而是一种深植于国家战略意图、具有明确价值导向的话语实践，其根本目标在于向国际社会展现真实、立体、全面的中国，进而展示可信、可爱、可敬的中国形象。

借鉴赵新利（2023）提出的理论体系，“可信、可爱、可敬”的国家形象传播可从价值观念、建构方法与传播实践三个层次加以理解[19]。三者相互衔接、协同作用，共同推动形象的系统性传播。CGTN西语频道的进博会报道，正是在这一理论框架下，受价值观念引领、建构方法运作与传播实践支撑三重社会因素共同驱动的结果。

2.3.1. 报道中“可信、可爱、可敬的中国形象”的价值观念体系

中国倡导的“人类命运共同体”与“全人类共同价值”宏观理念，在外交实践中具体化为对拉美国家“平等相待、互利共赢、开放包容”的原则。CGTN进博会报道将这些价值观具象化：通过展现中国扩大自拉美进口农产品和高附加值产品，塑造“言必信、行必果”的可信形象；通过中拉文明互鉴与民生合作叙事，传递“亲和友善”的可爱形象；通过拉美政要积极评价及关税壁垒突破等实例，凸显中国支持拉美融入全球价值链的努力，树立“负责任、有担当”的可敬形象。这一话语实践不仅反映中国外交价值观，也积极参与塑造中拉合作的社会认知，助推“中拉命运共同体”从理念走向现实。

2.3.2. 报道中“可信、可爱、可敬的中国形象”的建构方法体系

习近平总书记提出的“讲好中国故事，传播好中国声音，阐释好中国特色”，为中国形象建构提供了系统的方法论指引。CGTN报道从三个维度展开实践：“可信”层面依托数据修辞和互文策略，以实证化手段构建中国作为“机遇之地”的信用基础；“可爱”层面聚焦民生故事与物质文化细节，以情感化叙事传递中国市场温度；“可敬”层面则通过中国为最不发达国家提供免费展位、设立非洲产品展区等举措，阐释中国致力于普惠发展的国际主义担当，塑造具有道德感召力的“责任担当者”形象。

2.3.3. 报道中“可信、可爱、可敬的中国形象”的传播实践体系

在“构建具有鲜明中国特色的战略传播体系”指引下，CGTN西语频道系统开展了进博会相关报道的传播实践。该实践深度融合国家顶层设计与跨文化传播机制，将政策意图转化为具象叙事，并突出中拉人文交流与情感共鸣。在具体传播机制上，CGTN通过创新合作提升效能，例如与领英合作开展多场线上直播，精准触达跨国企业决策群体，并借助调研数据增强传播实证性。这些实践结合数据修辞、本土化叙事与受众研究，有效将中国的制度优势转化为传播优势，最终实现从国家战略到媒体实践的全链条贯通，完整呈现了中国形象的体系化传播路径。

3. 结语

本研究通过系统分析CGTN西班牙语频道对进博会的报道，在Fairclough三维分析框架下揭示了“可信、可爱、可敬”中国国家形象的多元话语建构机制。研究从文本特征、话语实践和社会动因三个维度证实，报道并非简单信息传递，而是一种深度融合国家战略意图与跨文化传播规律的体系化实践：其在文本层面借助高频词共现与数据修辞建立客观可信性；在话语实践层面通过互文与案例策略整合多元声音；在社会实践层面则积极响应全球发展诉求与中国特色大国外交理念，从而实现从事实描述到价值传递的升华。

笔者认为，当前进博会报道已在“可信”与“可敬”维度的建构上取得显著成效，有效传递了中国的发展理性与治理智慧，但当前报道在“可爱”中国形象的建构方面仍有提升空间。情感化、人文性叙事尚显不足，“进宝”等象征符号的开发与传播尚未形成类似“冰墩墩”的破圈效应，人文交流内容缺乏深度融入叙事。因此，未来可进一步挖掘进博会的人文维度，加大对吉祥物文化IP的推广力度，引入“中华老字号”、“非物质文化遗产”、“中国旅游”等文化展示专区的生动故事，通过更具象、更温情的叙事策略，增强受众对中国文化的亲近与认同，使“可爱中国”的形象更加饱满、更具感染力。

本研究的价值在于既从理论层面拓展了Fairclough三维分析框架在国际传播研究中的适用性，也为中国对西语国家宣传实践提供了基于实证的策略参考。但由于时间和资源限制，本研究未能全面分析所有外宣新闻中的“可信、可爱、可敬”的中国国家形象建构，可能存在样本选择偏差。另外，话语分析需主观解读，其结论可能受到研究者主观因素影响。

参考文献

- [1] MARTIN J & WODAK R. Reading the Past Critical and Functional Perspectives on Time and Value [C]. Amsterdam/Philadelphia Benjamins, 2003.
- [2] 陈周琴. Fairclough三维分析模型下的新闻话语分析--以CNN和马航官网关于马航失联飞机的新闻报道为例 [J]. 宁波教育学院学报, 2014.16(5): 48-52.63.
- [3] VAN DIJK, T. A. News as Discourse [M]. New York: Routledge, 2013.
- [4] 丁和根. 梵·迪克新闻话语结构理论述评 [J]. 江苏社会科学, 2003(6): 199-203.
- [5] 柳淑芬. 话语中的立场: 研究现状及发展路径 [J]. 当代修辞学, 2017(5): 63-70.
- [6] FAIRCLOUGH, N. Language and Power [M]. London: Longman, 1989.

- [7] 刘明, 常晨光. 语料库辅助话语研究的缘起、特征及应用 [J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2018(1): 90-96.
- [8] GILLINGS, M. & G. P. MAUTNER BAKER. CorpusAssisted Discourse Studies [M]. Cambridge : Cambridge University Press, 2023.
- [9] 陈力丹. 深刻理解“新闻”——读梵·迪克《作为话语的新闻》 [J]. 新闻大学, 2004(4): 89-90.
- [10] HALLIDAY, M. A. K. & C. M. I. M. Matthiessen Halliday's Introduction to Functional Grammar [M]. New York: Routledge, 2013.
- [11] 钟新, 蒋贤成. 完善全民国际传播体系构建可信、可爱、可敬的中国形象 [J]. 中国记者, 2021, (7): 38-43.
- [12] 赵红艳, 何林. 可信、可爱、可敬的中国形象的构建路径 [J]. 人民论坛·学术前沿, 2024, (16): 91-95. DOI: 10.16619/j.cnki.rmltxsqy.2024.16.010: 92.
- [13] 马费成, 张勤. 国内外知识管理研究热点: 基于词频的统计分析 [J]. 情报学报, 2006, 25(2): 163-171.
- [14] THOMPSON, G. HUNSTON, S. Evaluation in text-Authorial Stance and the Construction of Discourse [G]. Oxford: Oxford UP, 2000.
- [15] CODDINGTON, M. Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting [J]. Digital Journalism, 2015(3): 331-348.
- [16] 倪利涛, 刘璐. 英美主流媒体东京奥运会涉华报道中的中国形象探析——基于语料库的批判性话语分析 [J]. 长春师范大学学报, 2022, 41(1): 105-113.
- [17] 诺曼·费尔克拉夫. 话语与社会变迁 [M]. 殷晓蓉, 译. 北京: 华夏出版社, 2003.
- [18] 尹韵公. 试论新闻的真实性原则 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2006, (5): 31-35+50.
- [19] 赵新利. “可信、可爱、可敬的中国形象”的历史溯源、理论逻辑与实现路径 [J]. 山西大学学报(哲学社会科学版), 2023, 46 (06): 89-98.